

УДК 330.34.01

ЖЕБИТ Ю.А., студентка

Научный руководитель **ПОЛЯКОВА И.А.**, старший преподаватель
УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия
ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

ЗНАЧЕНИЕ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Проблема конкурентоспособности в последние годы становится все более актуальной и труднодостижимой. От ее решения зависят экономический рост в стране, решение проблемы импортной зависимости, способность иметь активный экспорт, уровень благосостояния населения страны, поэтому особую значимость повышение конкурентоспособности приобретает для экономики Республики Беларусь, значительная доля продукции которой поставляется на внешние рынки.

Конкурентоспособность можно рассматривать на следующих уровнях: конкурентоспособность товара, предприятия, отрасли, страны. Каждый уровень характеризуется своими показателями и факторами, однако все уровни тесно взаимосвязаны и взаимоопределяют друг друга.

Конкурентоспособность товара - многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим условиям его реализации. Оценка конкурентоспособности может осуществляться только на конкретном рынке за фиксированный отрезок времени по сравнению с товаром-аналогом.

Выделяют две группы факторов конкурентоспособности товаров. К макроэкономическим факторам относят геополитическое состояние страны и ее внешнеэкономическую стратегию, инвестиционный климат, развитие конкурентной среды в экономике страны и ее научно-технический потенциал, налоговый режим, тарифно-таможенную политику. Микроэкономические факторы подразделяются на технические, отражающие соответствие технического уровня товара, его качества и надежности современным требованиям, которые выдвигаются потребителями на рынке; экономические, представленные ценой товара, расходами на транспортировку, установку, ремонт, эксплуатацию и техническое обслуживание; а также организационные, характеризующие комфортность взаимодействия потребителя и производителя (доставка товара до места потребления, организация послепродажного сервиса).

В настоящее время на первый план в мировой конкурентоспособности выходят качество товара, его новизна, наукоемкость и интеллектоемкость. Поэтому основной задачей, стоящей перед Республикой Беларусь, является повышение конкурентоспособности своей продукции за счет использования инноваций, разработки высокотехнологичных продуктов на основе развития научно-технического потенциала.